科技类型的出版社如何向融媒体转变

摘 要：“融媒体”是充分利用媒介载体，把广播、电视、报纸等既有共同点，又存在互补性的不同媒体，在人力、内容、宣传等方面进行全面整合，实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体。在新兴业态下，科技类型的出版社向融媒体转变，势在必行。科技类型的出版社在21世纪科技高速发展的今天，更应该利用融媒体的优势打造更多、更适合纸媒发展的途径。那么，传统纸媒该如何向融媒体转变呢？

关键词：科技；传统出版；融媒体；转变

中图分类号：G239.22　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）03-094-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.03.024

文 / 王一宾

1. 借势造势

融媒体是科技高速发展、人们利用各种媒介传播信息、共享信息的一种方式。它可以打破传统媒体固守、一成不变的信息交流方式，实现效益的最大化。

传统科技类型的出版社在打破壁垒的同时，利用其拥有“内容”的优势，将其传统的发行渠道与融媒体的传播手段结合起来，重新构建一种功能、手段、价值得以全面提升的一种运作模式。通过融媒体，就是要以先进技术为支撑、以内容建设为根本，在以习近平同志倡导的大文化背景下，充分利用云计算、移动物联网、物联网和大数据等新一代信息技术，将传统科技类型的出版社拥有的内容，即：儿童儿童文学、动漫、游戏、音频、视频（大电影）、故事书、绘本等创作、娱乐、交易等等与多角度的、多端出版平台相融合。如故宫博物院在打造《谜宫·如意琳琅图籍》的时候，就将历史文化知识与人们喜闻乐见的方式——游戏结合起来，利用融媒体的优势，实现“实体书籍＋线上系统” 游戏式的体检结合起来，充分地实现了传统媒体的“内容”与融媒体结合的最大优势，使预定众筹10万的目标，最后翻了近120倍，众筹款项达到1200万元。对于大多数人来说，故宫是神秘的地方。如何将这些大众所不知又对其有很多探知欲的事物结合起来，来玩一场紫禁城的历史文化探秘之旅呢？在此种情景下，故宫博物院与一家游戏公司一拍即合，在双方共同策划下，《谜宫·如意琳琅图籍》得以面世成功。

可以说，故宫博物院将自己的建筑、背景、历史人物等众多元素结合起来，构成了一幅精美的画卷，再利用游戏情节的推进，从而更大的调动了读者的“胃口”，让读者有更多的参与感。通过策划者的精心设计，读者不仅能领略到解谜游戏的乐趣，更能从中了解故宫的历史知识，破解一段尘封的历史往事。

2. 借船出海

科普事业伴随着习近平主席在2016年全国科技创新大会、两院院士大会上的讲话：“科技创新、科学普及是实现创新发展的两翼，要把科学普及放在与科技创新同等重要的位置。”这是对广大科普工作者的鼓舞和激励。

科技类型的出版社要想摆脱传统出版的辖区，就要以“一个中心，两个高地”为指导。一个中心即以科学的理论为中心，用经过实践证明了的真理去指导即将走的道路，并检验自己要走的路是否适合本社发展，是否符合当下人们对科学普及工作的需要。两个高地，即科学普及、科普创新。科学普及的意义重大，只有在群众中推广科学技术的应用、传播科学思想、弘扬科学精神的活动，才能被群众理解、接受，才能激发他们的兴趣，让他们参与其中。开展科学普及的工作形式广泛，如进校园、进社区、进机关等等，以游戏、做手工、讲故事等人们喜闻乐见的方式，更容易贴近人们的生活。

如果出版社在自身经济实力不够强大的更可以借船出海，在这方面做得比较好的出版社是地质出版社。地质出版社在2017年出版了《D叔一家的探秘之旅·鱼儿去哪》，该书籍属于原创科普类型的青少年读物。其内容主要是讲述了生命进化的演变过程，在宇宙大爆炸发生之后的若干年，地球的水里有一种水生的脊椎动物，它是地球上最庞大的家族。从鱼类身上的每处细微变化，

都意味着一个新生命时代的开启。策划者为了做一部真正属于孩子们自己的科学故事书，创作团队成员寻找一切机会零距离接触孩子们，走进校园举办“宇宙与生命进化”科普讲座、走进社区举办“科学小达人”讲故事大赛和绘科学美术大赛、走进中国科技馆举办“我们从哪里来”科普展览等等一系列活动。就在这样的亲密接触中，《D 叔一家的探秘之旅》系列少儿科普读物，开始开花结果。

策划者在《D 叔一家的探秘之旅・鱼儿去哪》创作手法上采用了“故事讲科学”，在新技术应用上采用了“二维码”随时扫一扫，不仅可以免费收听《D 叔一家的探秘之旅》的音频故事，也可以玩“科学小达人”职业体验，加入“一起成长”俱乐部，“赚取”家庭成长基金。科普传播专家王章俊先生对此书做了高度评价：讲故事的形式传播科学知识，情节生动，人物栩栩如生，古动物知识巧妙地展示于书中，是一部有新意和价值的作品。我相信，孩子们读后，不仅能学到科学知识，享受到阅读的乐趣，更能激发他们对科学的热爱和探究的灵感。当今社会“文学少年”多多，“科学少年”则少之又少。这部作品主要面向少年儿童及家庭成员，是一部呼唤“科学少年”之作，是中国家庭必备科普读物，希望能够成为传世经典之作，惠及当代，传于后世。”

在营销方面，该书又借用了“外部”力量，在寻找自身不足的时候，利用其他资源优势，弥补自己出版社存在的不足。在此种情况下，地质出版社采用与重庆出版社联合出版的形式，借用重庆出版集团的营销优势，从而使该书首印 1 万册几乎在同年就销售完毕。

3. 内容 + 技术共融

内容是根本，技术是手段。我国的传统的科技类型出版社应该加强内部改革机制，积极运用各种新兴媒体融合技术，以先进的科学技术手段的运用作为支撑，以媒体融合类型的出版人才为抓手，结合各个出版社自身的出版优势，运用互联网思维，用科技加互联网手段快速占领主要阵地，保障出版社自身发展需要。同时，将已有的内容进行二次或者多次开发，使呆板的、陈旧的知识以一种适合现在读者水平、适合社会发展需要的形式呈现出来，让知识变得更有意思，才能让更多的读者去接受、喜欢，从而达到融媒体时代下对出版社发展需求。以国家出版广电总局融合发展（武汉）重点实验室的成立来说明，融媒体时代下于融合技术编辑创新来说，更是改变传统思维，适应融媒体时代发展的一个典型案例。编辑该如何走出传统出版的误区，该如何利用新技术产生社会效益和经济效益，对于编辑来说是一个划时代的转折点。国家出版广电总局融合发展（武汉）重点实验室开展的“出版融合技术编辑创新大赛”更是将以二维码技术为入口，设计能够应用于移动互联网服务端、有别于传统纸质书的可交互、可延展的具有盈利模式的出版融合创新大赛，更是将传统编辑向复合型战略人才转变的培养方式。

4. 敢于创新

在 21 世纪出版的今天，不缺乏好的选题，这主要考验策划编辑如何从众多选题中选出最优秀的、最适合读者需求的选题。要做到这点，就需要编辑勇于创新。创新包括内容创新、产品形态创新、创作手法创新、融合技术创新、产品服务创新等。做到了这几点创新，也便从传统类型的出版、发行转变成了融媒体时代下的出版、发行，从而适应融媒体时代对出版发展的需求。

以《生命进化简史》为例，该书在出版上就实现了温度、宽度与深度的融合创新。“温度”是热度的体现，也是人文情怀的体现。“宽度”是科技与人文相结合的体现，让读者成为一个对科学有浓厚兴趣的学习者、发现者、创造者；同时，注重科学精神与现代科技相结合，加强思维的宽度和广度；采用“故事 + 科学知识 + 传统文化 + 心理艺术”的四位一体的定位，弘扬科学精神。“深度”是科学知识完整性、系统性的体现，是科学探索精神的内在体现。以求做到见人见物见精神。

从传统出版到数字出版再到融媒体出版，体现了时代的发展，社会的进步，文化出版的大繁荣。科技类型的出版社在经过数字出版发展的过程中，在未取得转型成功的情况下，可以在融媒体的时代背景下，抓住机遇。利用移动互联的优势，例如可以开发、维护自己的微信公众号和订阅号、微博以及头条号等，将读者与专业领域、专业知识联合起来，向读者定时发送所需的知识内容，并向其收取一定费用，这将是融媒体时代背景下，传统科技类型的出版社发展的一个大的变革。通过融合促进服务企业、服务社会的能力，运用传统出版的内容优势和渠道优势，发挥新兴出版的新媒体优势和技术优势，同时，将推动传统出版和新兴出版融合发展作为未来转型升级的主要方向，作为“互联网 +”时代，传统出版实现技术迭代、新兴出版开辟新领域的重要抓手。坚持融合发展为“一体”，以传统出版与新兴出版为“两翼”，充分运用新技术，创新出版方式、提高出版效能，在专

（下转第117页）